

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГРУПП ИНТЕРЕСОВ С ПОЛИТИЧЕСКИМИ ПАРТИЯМИ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЕЖИМА

Подъячев Кирилл Викторович

*Кандидат политических наук, выпускник ГУ-ВШЭ, главный аналитик Центра
содействия региональному партнёрству*

Мусиенко Кристина Александровна

*Магистр политологии, аспирантка кафедры политического консалтинга и
избирательных технологий факультета прикладной политологии ГУ-ВШЭ*

Под политикой часто понимается совокупность отношений, так или иначе сопряжённых с властью. Но возникает вопрос: а какая власть имеется в виду? Так, например, А. Соловьёв определяет политику как «совокупность отношений, складывающихся в результате целенаправленного взаимодействия групп по поводу завоевания, удержания и использования государственной власти в целях реализации своих общественно значимых интересов» [1, 53]. Однако, правомерно ли ограничивать политику только государственной властью? Например, органы местного самоуправления тоже обладают публичной властью (и этим отличаются от общественных организаций) [2, 8], однако они не входят в систему государственной власти. Наконец, бизнес-структуры, общественные организации и любые другие объединения людей тоже обладают некоторой властью, по крайней мере, над своими членами (сотрудниками); ведь говорят же о «корпоративной политике». Весьма распространён и такой взгляд, что отношения власти и подчинения, а, стало быть, и политика, существуют везде, где есть хотя бы 2 человека (Г. Лассуэлл). Не претендуя на то, чтобы однозначно решить этот вопрос, отметим, что в нашем исследовании мы не будем придерживаться чрезмерно широкого толкования политики. Опираясь на классическую традицию, всегда связывавшую политику с одной стороны с государственной властью, а с другой, со стремлением «к высшему из всех благ» (Аристотель), мы полагаем, что неправомерно связывать понятие политики с понятием власти вообще. Политика, будучи телеологически ориентирована на достижение некоторых социально значимых результатов, в конечном счёте, на преобразование реальности, не может быть заперта в рамках малых сообществ, семей, родов, неких общественных групп [3, 5]. Власть, например, отца над детьми имеет совершенно иную природу, нежели власть короля или президента. Ещё Аристотель замечал, что «неправильно говорят те, которые полагают, будто понятия «государственный муж», «царь», «домохозяин», «господин» суть понятия тождественные» [4, 35]. Соответственно, и смешение столь сильно различающихся форм «власти» в рамках одного понятия представляется ошибочным. На наш взгляд, верной является средняя позиция, с одной стороны не истолковывающая понятие политики слишком широко, но и не привязывающая её исключительно к государству. С этой точки зрения, приведённое выше определение А.

Соловьёва необходимо несколько скорректировать, заменив словосочетание «государственная власть» на несколько более широкое понятие «публичная власть», главной отличительной чертой которой является исключительное право на легальное принуждение.

С учётом этих замечаний, политику можно определить так **«политика есть совокупность отношений, складывающихся в результате целенаправленного взаимодействия групп и индивидов по поводу завоевания, удержания и использования публичной власти в целях реализации своих общественно значимых интересов»**.

Таким образом, мы видим, что политический процесс представляет собой постоянное динамичное согласование противоречивых интересов различных социальных сил, стремящихся получить доступ к механизмам публичной власти. И чем сложнее устроено общество, чем более развита экономика, тем более сложно и динамично это согласование интересов.

Современная политология подразделяет политические процессы на явные и скрытые (латентные) [1, 292]. Для первых характерно то, что они протекают в публичном пространстве, в институционально-правовых рамках, для вторых характерна закрытость, «кулуарность». И те, и другие процессы естественны для любой политической системы – авторитарной или демократической. Однако, чем выше уровень демократии, тем большее значение имеют явные политические процессы, за которыми общество может беспрепятственно наблюдать.

Изначально институт парламентской власти и служил площадкой для публичного, явного согласования интересов различных слоёв общества (чему началом послужили ещё сословные представительные органы позднего Средневековья); парламент как бы выводил политику в публичное пространство. Однако в современных парламентарных демократиях латентные политические процессы никуда не исчезли. Действующие неявно группы интересов всегда использовали структуры и механизмы публичной политики для реализации своих целей. Но в этом в значительной степени и состоит особенность демократического режима, что согласование интересов скрытых групп, будучи вынесенным в публичное пространство, становится открытым для общества, а это, в свою очередь, служит дополнительной гарантией от концентрации политической власти и различных злоупотреблений.

Всё вышесказанное актуально и для России, возможно, даже в большей степени, чем для развитых демократий. Ведь с первых дней своего существования нижняя палата Федерального Собрания стала полем, где различные группы интересов (сначала отраслевой, затем корпоративный капитал) вели разнородную деятельность по продвижению своих интересов, успех которой во многом зависел от активности представителей бизнеса на выборах в Государственную Думу. Очевидно, что на разных этапах развития партийной системы или, лучше сказать, трансформации политической системы, менялись и механизмы участия бизнеса в партийной борьбе. Потому было бы небезынтересным проследить, как трансформируются модели взаимодействия бизнес групп и политических партий: каким образом группы интересов принимают участие в выборах в ГД - создают ли они свои партийные организации, или поддерживают какую-то определенную политическую партию из числа существующих, делают ли ставку на выборах лишь на одну политическую силу или же, наоборот, стремясь получить гарантию защиты своих интересов при любом исходе выборов – пытаются одновременно осуществлять

финансирование нескольких ключевых партий. В значительной степени формы действия скрытых групп давления через публичные политические механизмы могут служить индикатором «открытости» политического процесса, что немаловажно при изучении особенностей демократического (или «контр-демократического») развития нашей страны. Разумеется, группы интересов не сводятся только к бизнес-структурам. Для наших исследований крайне любопытно взаимодействие политических партий и с общественными организациями, и с различными неформальными группами, неинституционализированными политическими силами. В дальнейшем мы намерены обратиться и к этой тематике. Однако, в данной работе мы сосредоточимся пока исключительно на рассмотрении действий бизнеса на политическом поле через посредство института политических партий.

Мы предлагаем разделить рассматриваемый период (с 1992 года по настоящее время) на несколько этапов в зависимости от того, какую форму принимало партнёрство партийных и деловых структур в ходе выборов. Таким образом можно выделить:

1. 1992-1995 годы, характеризующийся стремлением групп интересов из бизнес-сообщества заместить собою партийные структуры, создать собственные «партии интересов»;
2. с 1995 по 1999 год, в рамках которого свойственна поддержка крупным бизнесом существующих партий разной идеологической направленности, активное участие бизнеса в поддержке избирательных кампаний кандидатов в одномандатных округах;
3. с 2000 по 2003 год отличает существенное ограничение возможностей деятельности групп интересов на электоральном поле;
4. период после 2003 года и по настоящее время характеризует возможность бизнес-структур открыто поддерживать лишь «партию власти» и ограниченное количество «разрешённых» политических объединений при отсутствии каких-либо гарантий защиты интересов бизнес-сообщества на политическом поле.

Следует отметить, что в предложенной периодизации представлены те формы взаимодействия бизнес-структур и политических партий, которые казались наиболее распространёнными в данный период. Обозначенная схема отнюдь не отрицает возможность возникновения отношений между партиями и различными бизнес-структурами в разных форматах в рамках одного и того же этапа. При этом не следует рассматривать периодизацию как жесткую конструкцию: если в одних случаях границы этапов видны весьма отчётливо, то в других случаях наблюдается скорее плавный переход от одной формы взаимодействия к другой.

Представительство групп интересов на выборах в ГД в период становления российской многопартийности

Начало 90-х годов охарактеризовалось буйным развитием общественных объединений, союзов и ассоциаций всевозможного толка. В весьма короткие сроки в

России появился целый ряд объединений, претендующих на выражение интересов бизнес сообщества. Однако, как оказалось ни ФТР (Федерация товаропроизводителей России), ни РСПП (Российский союз промышленников и предпринимателей), ни ТПП (Торгово-промышленная палата), ни АПЧП (Ассоциация приватизированных и частных предприятий), ни другие ассоциации подобного рода на тот момент не обладали достаточными ресурсами, чтобы полноценно представлять интересы бизнеса на политическом поле. В то же время по причине недостаточного развития партийной системы, существующие политические партии не были способны эффективно представлять позиции бизнеса.

Между тем, бизнес вовсе не хотел оставаться в стороне от процесса принятия политических решение. По замечанию С. Перегудова, реакцией групп интересов на «вакуум партийности» явилось их стремление «заполнить вакуум, приблизиться к политической власти и решать те задачи, которыми в принципе должны заниматься партии. Таким образом, в начале 90-х многие группы интересов обретают черты партий, причем часто сознательно решаясь на «партизацию» своей деятельности [5, 24].

Параллельно шел процесс создания «партий бизнеса» или же «партий интересов», который также описан С. Перегудовым. В качестве «ядра» подобных образований выступала та или иная предпринимательская организация или же группа представителей влиятельных коммерческих структур. Особенностью таких образований стало сочетание ими функций партии и группы интересов, причем в конкретные периоды приоритеты менялись местами. «Гибридный» характер подобных объединений проявился и в том, что все они стремились оказать прямое влияние на исполнительную власть и даже состав правительства, действуя, тем самым, как типичная группа интересов» [5, 26].

В результате в скором времени были созданы политические партии, призванные выражать интересы той или иной части бизнес-сообщества. К политическим объединениям подобного рода относились союз «Обновление» (создан в 1992 г. А. Владиславлевым и А. Вольским), Партия экономической свободы (создана в 1992 г. К. Боровым, И. Хакамадой), Партия консолидации (создана в 1992 г. А. Тихоновым), союз «Предприниматели за новую Россию» (создан в 1993 г. К. Затулиным), Аграрная партия России (создана в 1993 г. М. Лапшиным), партия «Демократическая инициатива» (создана в 1993 г. П. Буничем), избирательное объединение «Преображение» (создано в 1993 г. В. Коровиным, Д. Сухиненко, К. Бендукидзе).

А. Зудин склонен расценивать специально созданные для политического давления и участия на выборах «партии интересов» того времени как «новое политическое звено в системе представительства групп интересов, надстроившееся поверх корпоративных звеньев в лице союзов и ассоциаций» [6, 25].

Следует отметить, что на данном этапе российское бизнес-сообщество было далеко от консолидированного представительства групповых интересов. По замечанию Ю. Коргунока и С. Заславского, в начале 90-х гг. имело место «выливающееся в политическую форму противостояние корпоративных интересов между руководителями госпредприятий «старой закалки» (т.н. «красными директорами») и представителями частного сектора» [7, 37]. По большому счёту тогда институты публичной политики использовались в значительной степени для борьбы бизнес-структур между собой за конкурентные преимущества исключительно в коммерческой сфере.

Так что если отвлечься от судьбы отдельных политических объединений начала 90-х гг. и в целом проанализировать насколько успешной оказалась идея создания «партий

интересов» - получим однозначную картину: специально созданные для продвижения интересов бизнеса партии оказались не в состоянии справиться с поставленной перед ними задачей. Примечательно, что партии, созданные на базе всевозможных бизнес-ассоциаций даже не потерпели поражение на выборах 1993 г., а по большей части просто не смогли принять в них участие. Удивительным подобный результат не назовешь: на что могли рассчитывать организации, не имеющие ни массовой общественной поддержки, ни эффективной организационной структуры, ни, тем более, разветвлённой сети в регионах?

Уже на следующих парламентских выборах 1995 г. большинство «партий интересов» перестали быть самостоятельными, и влились в состав более весомых избирательных объединений. В целом же можно отметить, что уже к 1995 г. российский бизнес потерял интерес к созданию новых «партий интересов», избрав иную стратегию поведения на политическом поле. Оставив в стороне идею замещения политических партий собственными организациями, представители делового мира перешли к модели взаимодействия с уже существующими организациями из числа тех, что действительно опирались на значимые общественно-политические силы страны.

Наконец, подводя итог рассматриваемому этапу, следует отметить, что в этот же период бизнес-сообщество впервые столкнулось с феноменом «партии власти». Так, ещё в преддверии думских выборов 1995 года ряд крупных корпораций осуществлял финансирование избирательных фондов блока НДР (Наш Дом - Россия) - одного из первых вариантов «партии власти».

Группы интересов как инвесторы на политическом рынке

Если во время парламентских выборов 1993 и 1995 гг. широко распространённой была связка конкретного политического игрока с узкоспециализированной бизнес-ассоциацией и созданной на её же основе «партией интересов», то к выборам 1999 г. определённо наметилась тенденция ко всё более непосредственному представительству отдельных корпораций, которые стали играть весьма заметную роль в самом процессе выборов в Государственную Думу». Как и следовало ожидать, наиболее вовлечёнными в избирательный процесс оказались топливно-энергетические компании, стремившиеся благодаря поддержке в стенах Государственной Думы сохранить выгодные для них формы налогообложения. Вполне очевидно, что на выборах в Государственную Думу 1999 г. большинство корпораций нефтегазового комплекса сделало главную ставку на укрепление своих связей со всеми основными фракциями, близкими к «партии власти». Так в материалах открытой прессы упоминалось, что ОАО «Газпром» оказывало поддержку движению НДР («Наш дом Россия») Виктора Черномырдина, группа «Мост» была тесно связана с «Яблоком» Григория Явлинского, блок СПС («Союз правых сил») позиционировавшийся как «партия крупного бизнеса», - с РАО «ЕЭС». В то же время ЛУКОЙЛ сделал основную ставку на блок «Отечество – вся Россия». Очевидно, что в случае с «ЛУКОЙЛ»ом, ставка была сделана на проигравшего. Тем не менее, как и многие другие корпорации «ЛУКОЙЛ» не ограничилась поддержкой одного избирательного объединения. Согласно сообщениям прессы компания поддержала также движение «Наш дом Россия», блок «Единство» и блок «Союз правых сил». Помимо выстраивания отношений с ключевыми избирательными объединениями крупные корпорации приложили немало усилий для поддержки своих кандидатов в одномандатных округах, что

и стало одной из отличительных черт избирательной кампании 1999 года. Хотя большинство претендентов в одномандатных округах, выступали в качестве «партийных кандидатов», тем не менее, непосредственная поддержка, оказываемая им крупными корпорациями, связывала их с этими корпорациями гораздо теснее, чем в случаях с теми кандидатами, которые шли по партийным спискам, и чей успех был целиком обусловлен успехом данного объединения. Многим кандидатам это спонсорство помогло победить в своих округах.

Итогом весьма активной деятельности корпораций ТЭКа на электоральном поле стало формирование межфракционной группы «Энергия России», численность которой достигала 122 человек. В её состав входили депутаты из различных партий, представлявших сторонников подчас противоположных идеологий, например, среди членов «Энергии России» были коммунисты Е. Лигачев, Ж. Алферов»; а также В. Пехтин и В. Катренко из «Единства». Как и следовало ожидать, основные усилия данной группы оказались направлены на корректировку налогового законодательства, ценового и таможенного регулирования и т.п.

Рассматривая деятельность «Энергии России» невозможно не обратить внимания на положение другой депутатской группы в ГД – «Деловой России», чья активность была непосредственно связана с вопросами представительства групповых интересов бизнеса. Деловая Россия, объединявшая 48 депутатов и возглавляемая главой компании «Майский чай» Игорем Лисненко, была создана по инициативе РСПП в начале 2001 года. В качестве своей основной задачи «Деловая Россия» обозначила поддержку макроэкономического законодательства, предложенного правительством, а Лисненко публично выражал солидарность с реформаторской программой Германа Грефа. Показательно, что руководителем аппарата нового депутатского объединения стал бывший сотрудник Управления внутренней политики Администрации президента, что можно расценивать как один из признаков начала конца равноценных (или хотя бы потенциально сопоставимых) взаимоотношений между группами интересов и политической властью в России. Мы полагаем, что пример «Деловой России» наглядно демонстрирует то, как менялись взаимоотношения групп интересов бизнеса с политическими силами в ГД. За время, прошедшее с конца 1998 г. по 2002 г. коренным образом изменилась модель взаимодействия групп интересов из среды бизнеса и политиков. Если в начале этого периода бизнес-сообщество выступало скорее в роли инвестора на политическом рынке, выбиравшем, в какую из многочисленных партий следует вложить средства, то в конце рассматриваемого периода стало абсолютно неясно, имеет ли бизнес возможность принимать участие в публичном политическом процессе? Так в Госдуме конца 2001 – начала 2002 гг. бизнес-сообщество могло продвигать свои интересы лишь в том случае, если они соответствовали генеральной линии исполнительной власти и представлявших её в парламенте сил. В то же время, если интересы бизнес-групп каким-либо образом расходились с законодательными инициативами правительства, деятельность по продвижению подобных проектов оказывалась сильно затруднённой. Таким образом, уже в 2001-2002 для корпоративного лоббизма в российском парламенте оставалось всё меньше возможностей.

Сложно однозначно сказать, когда было положено начало новому этапу во взаимоотношениях между группами интересов и партиями. Все же, если задаться целью определить четкие временные рамки рассматриваемого процесса, коренной перелом во взаимоотношениях между бизнесом и ключевыми политическими игроками имеет смысл привязать к разворачиванию «антиюковской» компании.

Так, хотя в преддверие парламентских выборов 2003 года большинство предпринимателей предпочли воздержаться от самостоятельного участия в борьбе за думские места, степень косвенной вовлечённости бизнеса в избирательные кампании была существенной. Представители бизнеса были готовы формировать партийные списки, стимулировать победу своих кандидатов в одномандатных округах, финансировать отдельные политические партии. Что характерно, многие крупные корпорации одновременно инвестировали деньги в различные политические партии (а не только в СПС, позиционировавшуюся как партия крупного капитала, или в «Единую Россию», претендовавшую на лидерство на политическом поле). Соответствующую финансовую поддержку получили и «Яблоко», и КПРФ.

Пожалуй, первыми о желании положить начало открытым инвестициям в партийное строительство высказались в руководстве «ЮКОСа»: незадолго до парламентских выборов Михаил Ходорковский сообщил, что намерен из собственных средств финансировать две политические силы - «Яблоко» и Союз правых сил. Примечательно, что данное решение получило весьма высокую оценку со стороны Председателя Центризбиркома Александра Вешнякова, который определил последнее как свидетельство о «начале работы по цивилизованным правилам финансирования партий, принятым в демократических странах» [8, 6].

Между тем, начиная с середины 2003 г. в отношениях бизнеса и власти в России произошли коренные изменения, в ходе которых прежняя модель отношений, характерная для 2000-2002 гг. была полностью изменена. Политическая власть, центр которой окончательно переместился в Кремль, установила совершенно новые, качественно иные правила игры, основой которых стало лишение бизнеса политической самостоятельности и, как следствие этого, резкое снижение его политической роли. Изменения в системе взаимоотношений между группами интересов и государственной властью не могли не затронуть механизмы функционирования системы партийно-политического представительства. Бизнес фактически лишился свободы выбора в финансовой и иной поддержке партий: ему оставалось либо вкладывать свои ресурсы в «партию власти», или же поддерживать (да и то ограниченно) только те партии, которые не могли или не хотели стать реальной оппозицией.

Разумеется, у групп интересов оставались определённые возможности для продвижения потенциально «оппозиционных» партий, но делать подобное можно было лишь скрытно, дабы не навлечь на себя немилость правящей партии и стоящей за ней исполнительной власти. Как отмечал С. Радкевич (консалтинговая компания «Никколо М»), хотя спонсирование любых других партий, кроме Единой России, и рискованное дело, но «при желании бизнес найдёт множество нелегальных каналов финансирования партий». Это и «чёрный нал», финансирование через фонды или фирмы-посредники и даже бартер -

когда, например, организация обеспечивает партию транспортом. «После дела ЮКОСа ни одна организация не финансирует оппозиционные партии непосредственно, а делает это через фонды», подтвердил секретарь президиума СПС Б. Надеждин. Соответственно «чем более прозрачна схема, тем меньше бизнес хочет через неё финансировать» [9], заключает он.

Таким образом, в рамках сложившейся системы политические партии, равно как и представители бизнес-сообщества, предпочитают не афишировать большую часть средств, идущих на политическую деятельность, тем самым застраховав себя от многих рисков. В то же время существует ряд некоммерческих фондов и ассоциаций, выступающих в роли посредников между политическими партиями и теми их спонсорами, которые не желают привлекать к себе излишнее внимание.

Ещё одной отличительной чертой нового этапа во взаимодействии групп интересов и партий является то, что в настоящее время бизнес инвестирует средства в проекты «партии власти» не столько потому, что желает получить какие-то блага, сколько потому, что «обязан» делать это, дабы избежать атаки со стороны фискальных и надзорных органов, ставших инструментом давления исполнительной власти на бизнес. Вкладывая ресурсы в единственную партию, деловой мир, по сути, лишён каких-либо гарантий относительно того, будут ли представлены в должной мере интересы бизнес-сообщества. Таким образом, финансируя политическую деятельность, оказывая поддержку партии власти, вкладывая иные ресурсы во всевозможные благотворительные и общественно значимые мероприятия (наподобие «национальных проектов»), бизнес получает всего лишь возможность взаимодействовать с государственной властью, не более того. При этом, ни о каком равноценном партнёрстве и речи быть не может. В «Ведомостях» приведены слова некоего сотрудника крупной компании (к сожалению более точных данных об авторе высказывания не даётся) «Если хочешь чего-то добиться, надо сидеть тихо и не высовываться»... «У нас одна партия — «Единая Россия», именно поэтому весь бизнес сейчас прямо или косвенно инвестирует в неё, но не с расчетом на быструю отдачу, а на всякий случай». Например, в «Фонд поддержки олимпийцев» компании ежегодно отчисляют по \$3 млн. без каких-либо гарантий преференций или отсутствия неприятностей» [10].

Разумеется, группы интересов бизнеса не могут быть удовлетворены существующей конфигурацией отношений с политическими партиями (точнее сказать, с единственной политической партией и силами, стоящими за ней). Вкладывая немалые ресурсы в единственную партию, бизнес желает получить хоть какие-то гарантии защиты своих интересов, что вполне логично. В то же время, учитывая, каким образом выстраиваются взаимоотношения групп интересов с правящей партией, сложно представить, что бизнесу будет дана возможность открыто поддерживать другие партии помимо «Единой России».

За относительно небольшой период существования в России альтернативных выборов несколько раз менялась форма участия бизнеса в электоральной борьбе за представительство в Государственной Думе. Так, если на заре становления российской многопартийности разнородные бизнес-ассоциации самостоятельно создавали узкоспециализированные «партии интересов», то уже к середине 90-х гг. группы интересов в большей степени стали делать ставку на косвенное участие в выборах.

К концу 90-х гг. сложились, пожалуй, наиболее благоприятные условия для участия

крупных корпораций в борьбе за представительство в парламенте. Перед бизнесом открылись как широкие возможности для создания и развития партнёрских отношений с различными политическими партиями, так и многочисленные пути продвижения близких по интересам кандидатов одномандатников. Примечательно, что в данный период компании, как правило, делали ставку одновременно на несколько ведущих игроков, чтобы получить гарантию представительства своих интересов в Думе при любом исходе выборов.

Между тем, уже во время президентства В. Путина произошли коренные изменения в модели взаимоотношения бизнеса и ключевых политических игроков. Возможности взаимодействия с любыми политическими партиями, помимо «партии власти» существенно ограничиваются. В то же время, участие групп интересов в различных проектах действующей власти, становятся едва ли не священной обязанностью бизнеса. При этом, несмотря на готовность финансировать деятельность дозволенной «партии власти», бизнес не получает гарантий представительства своих интересов в парламенте. Очевидно, что сложившаяся ситуация, закрепившая явно подчиненное положение групп интересов из среды бизнеса политическим акторам, не может удовлетворять бизнес-сообщество. Тем не менее, вплоть до настоящего времени серьёзных попыток сломить такое положение со стороны бизнес-сообщества не наблюдалось.

Таким образом, мы видим, что в последнее время процесс согласования интересов бизнеса и власти всё в большей степени вытесняется из публичного пространства в латентную сферу. Для продвижения своих интересов у бизнеса остаются непубличные, неформальные каналы влияния – либо через группы внутри правящей партии, либо через «своих» людей в органах исполнительной власти. Что, естественно, не может не способствовать возникновению благоприятной для коррупции атмосферы.

А попытки помешать поддержке бизнесом оппозиционных партий и нелояльных властям общественных организаций привели только к тому, что эта поддержка также приобрела скрытые формы, во многом похожие на сотрудничество некоторых российских промышленников с эсерами и большевиками в начале XX в.

Итогом этих процессов стала латентизация согласования интересов бизнеса и власти, сворачивание публичного пространства и перерождение парламента из дискуссионной площадки в орган по принятию необходимых исполнительной власти законов. Возможно, на определённом этапе развития России эти перемены были неизбежны и даже полезны для развития страны. Но сегодня, когда, как отмечал Ю. Пивоваров, «страна, безусловно, трансформируется... Никогда в истории нашей страны не было такой высокой доли сторонников свободы...» [11, 166], перемещение основных политических процессов в «тень», в латентную сферу, может привести только к тому, что политические партии (включая «партию власти») окончательно утратят связь с обществом. В результате и бизнес-сообщество, и другие социальные силы будут вынуждены искать другие каналы продвижения своих интересов и другие способы возвращения в публичное пространство, в том числе и «революционные». Избежать этого можно только путём новой трансформации процесса согласования интересов, его возврата в публичное пространство в новых формах. Поиск этих форм сегодня – задача и власти, и бизнеса, и экспертного сообщества.

Литература

1. Соловьёв А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2001
2. Автономов А.С. У истоков гражданского общества и местного самоуправления. М., 2002
3. Вслед за Р. Далем мы рассматриваем политику как точку пересечения трёх сфер: власти, территориальности и «социальности» (Dahl R.A. Modern political analysis. Englewood Cliffs (New Jersey), 1963
4. Политика, I, I, 2. (цит. по изд.: Аристотель. Политика, Афинская политика. М., Мысль, 1997
5. Перегудов С. П.. Политическое представительство интересов: опыт Запада и проблемы России – Политические исследования. 1993. № 4
6. Зудин А.Ю. Россия: бизнес и политика. Формы организации бизнеса. - “МЭИМО”. 1996, № 3
7. Коргунюк Ю.Г., Заславский С.Е. Российская многопартийность: становление, функционирование, развитие. М.: Фонд ИНДЕМ, 1996
8. Время новостей, N 64,10.04.2003 (<http://www.vibori.ru/news/2003/04/10.html>)
9. Политические партии и движения, мониторинг прессы. 22.08.2006 (<http://www.polit.ru/monitor/2006/08/22/2.html>)
10. Петрачкова А., Николаева А., Смирнов Е.. С кем лучше дружить. Компаниям следует искать покровителей среди крупных чиновников – Ведомости №125 (1652), 11.07.2006
11. Пивоваров Ю.С. Русская политика в её историческом и культурном отношении. М.: РОССПЭН , 2006